



# 逐流

爱户外 · 爱直播

组员：

\*  
\*  
\*  
\*

# 目录

从以下五个方面介绍：

1

产品背景与意义

2

产品市场调研

3

产品用户调研与需求转化

4

产品设计

5

总结与展望

# 1.产品背景与意义

## 产品背景报告

### 产品概念

附带计步器功能的新型强互动性户外直播平台，基于全民的泛娱乐主户外手机直播APP

### 产品优势与意义

优势在于通过线下结合计步器积分奖励机制，全民随时随地享受互动的乐趣，意义是可以倡导人们走出家门，走到户外，体验更健康、更有人文气息的生活。

### 产品在市场中出现的问题

目前，网络上出现各种各样直播平台，不同的平台定位不一，我们的产品作为以户外直播为主题的平台，在一定程度上会出现节目效果单一，节目气氛不够热烈等问题，会出现用户量不够多的情况。



## 2.产品市场调研

横向调研—PEST分析报告

### Political System政治

- ①广电总局出台政策整治无证直播;
- ②文化部发布《网络表演经营活动管理办法》需要更多;
- ③健康内容的直播融进, 行业将重新洗牌。

### Economic经济

- ①视频直播领域融资资金额超10亿且不断增长;
- ②直播用户收入能力高于普通网民;
- ③2015-2016年中国网络直播平台部分融资情况。

### Social社会

- ①2016年的移动互联网直播元年;
- ②庞大的用户人群;
- ③接近一半的网民收看过在线直播 (2015) ;
- ④网民观看在线直播类型主要为娱乐直播, 生活直播;
- ⑤截至今年6月, 直播类App渗透率环比去年增长近50%。

### Technology技术

- ①AR技术;
- ②云播放技术;
- ③互动观看;
- ④大数据。



# 横向调研

部分调研数据



图2.1 网民观看直播近半，类型主要为娱乐户外直播



图2.2 应用用户人群增长

# 横向调研

部分调研数据

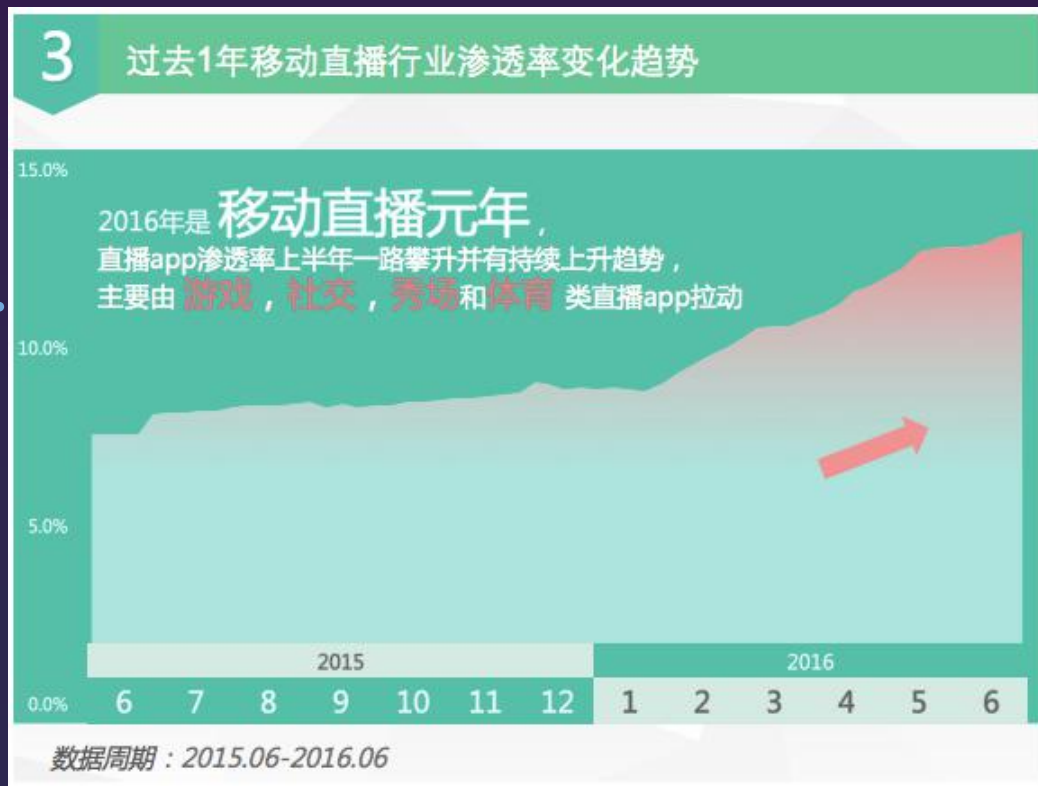


图2.3 直播类App渗透率环比去年增长近50%



图2.4 资本热度持续提高



# 横向调研

部分调研数据

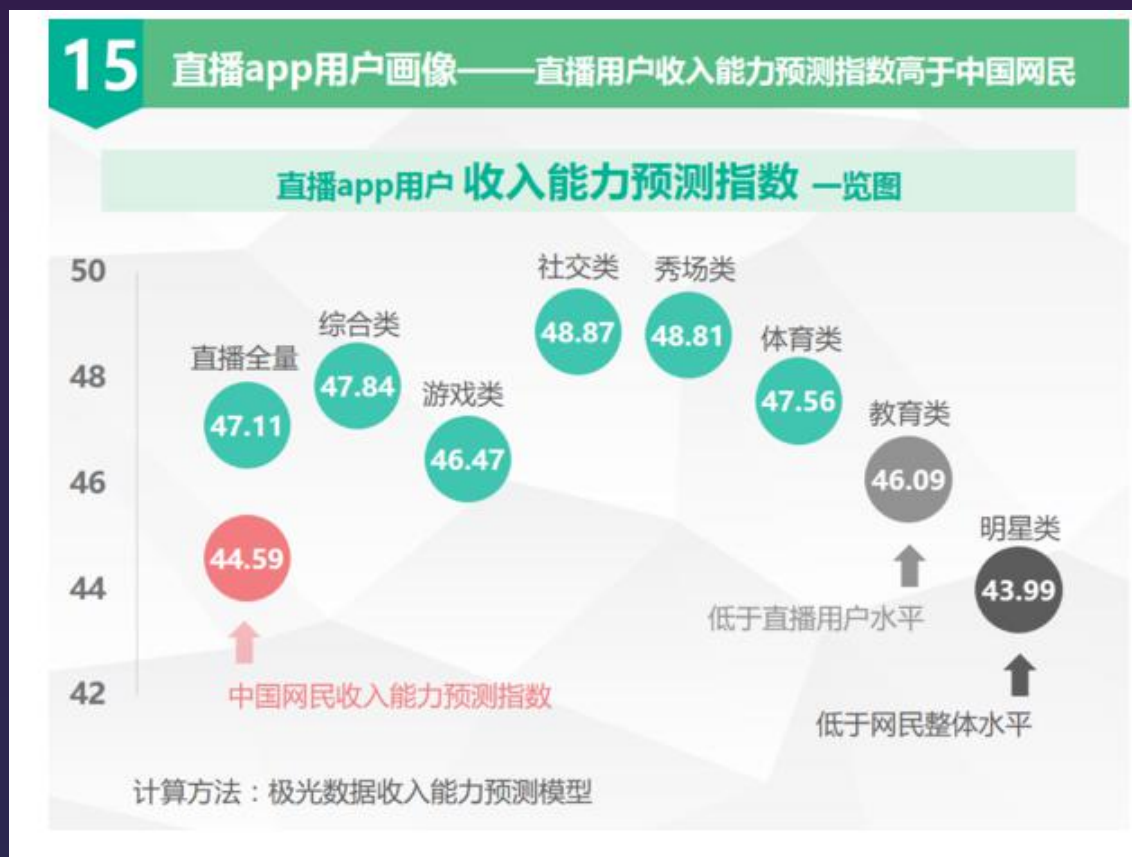


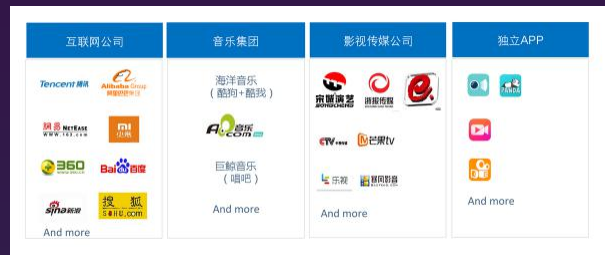
图2.5直播用户收入能力预测高于普通网民

时间	融资平台	融资金额	投资方
2015年3月	六间房	26亿被收购	宋城演艺
2015年5月	果酱直播	数百万元天使轮	不详
2015年10月	ImbaTV	B轮约1亿元人民币	紫金文化基金、普思资本、创新工场、王思聪等
2015年11月	微吼	B轮近亿元人民币	不详
2015年11月	映客	A轮千万级别	赛富基金、金沙江创投和紫辉创投等
2015年11月	龙珠直播	B轮近1亿美元	游久游戏、腾讯等
2015年11月	欢拓科技	A轮1000万人民币	赛富基金等
2015年12月	火猫TV	A轮千万美元	合一集团
2016年1月	映客	A+ 轮8000万元	昆仑万维领投
2016年3月	易直播	A轮约6000万人民币	不详
2016年3月	三好网	Pre-A轮7500万人民币	亦庄互联基金领投，沃衍资本、金百朋等
2016年3月	斗鱼TV	B轮1亿美元	腾讯、红杉资本、南山资本等
2016年4月	早道网校	A轮1500万元	YY领投、华创跟投

图2.6 2015-2016年中国网络直播平台部分融资情况

# 纵向调研

## 竞品分析



直播平台	逐流	行者	斗鱼	虎牙	熊猫	映客
产品定位	全民泛娱乐，主户外，强互动性手机直播平台	一款基于地理位置（LBS）的旅行社交应用，已成为千万驴友心中最好用的结伴旅行利器	主打全民直播，从游戏直播到体育竞技、到生活、到娱乐等，是希望真正打造一个平民及全民的泛娱乐平台。	第一游戏直播互动平台	弹幕互动娱乐直播平台，覆盖全娱乐精彩内容。	全民直播，中国第一家实时社交视频软件
产品的个性化功能	附带健身好搭档计步器。 户外AR互动捕捉小精灵 LBS服务	LBS服务 SNS社交 论坛	明星直播，草根直播文化	明星直播，猎奇直播，游戏直播	注重多种类直播	集社交视频，强互动
交互方式	视频交互 弹幕 户外捕怪 LBS服务 计步器	LBS服务 SNS社交	视频语音交互 竞猜 弹幕 刷礼物	视频语音交互 竞猜 弹幕 刷礼物	视频语音交互 竞猜 弹幕 刷礼物	视频语音交互 弹幕 刷礼物



# 纵向调研

## 竞品分析

直播平台	逐流	行者	斗鱼	虎牙	熊猫	映客
视觉界面						
产品优缺点	通过线下结合计步器积分奖励机制,全民随时随地享受互动的乐趣	无论是出境游、国内游、自驾游、同城游、周边游、周末游、自助游行者都能帮用户拉到靠谱的有趣的旅行同伴,结伴用行者,旅行不孤单  缺点:交互性不强	每个人的直播平台提供高清、快捷、流畅的视频直播和游戏赛事直播服务  缺点:让人更加单一直播在视频直播平台,为满足好奇心低俗,不利用户身体健康	可提供同时200万人在线高清观看、流畅的赛事直播与游戏直播,视频直播,其中包含lol、dota2、dnf等热门游戏直播以及娱乐综艺等直播频道  缺点:交互方式偏传统,弹幕几乎是游戏的讲解	提供高清、流畅的视频、活动、赛事直播服务  缺点:数据存在造假,老频道让看者更宅,不利于用户身心发展。	通过明星效应,吸引大批粉丝用户  缺点:几乎为宅频道,交互方式单一

# 第一次需求收集

需求分布模型

共性需求	个性需求	纯主观需求
界面	鼓励健康生活， <u>走出户外</u>	<u>与主播线下互动</u>
娱乐	<u>LBS服务</u>	主播间的互动交流
交互	<u>计步器</u>	
	全民直播平台	

个性需求指标簇	需求细分	场景描述
<u>户外AR互动</u>	<u>户外AR互动捕捉小精灵</u> 获得幸运值从而获得积分进而与主播互动。 （让宅男宅女有理由走出去）	通过直播APP到户外，开启捕获功能，宅男宅女可以在手机屏幕上看到各色小精灵，进行捕捉，从而 <u>获得幸运值为心爱的主播充能</u> ，并且有幸运值排行榜
<u>LBS服务</u>	定位用户群体提供不同的 <u>资讯服务</u>	当用户到达不同地区的时候，通过定位提供相应的酒店，餐厅，电影，休闲等资讯。
<u>计步器</u>	让用户可以量化	用户行走步数统

# 第一次需求收集

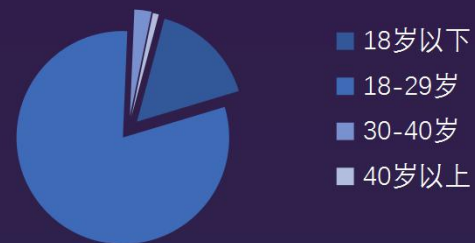
需求分布模型

个性需求指标簇	需求细分	场景描述
户外AR互动	略	略
LBS服务	略	略
计步器	让用户可以 <u>量化</u> 地观察自己的行走	用户行走步数统计，与主播和其他用户互动，并且可以获得幸运值
全民平台	成为主播的想法马上可以成型	只要有好的 <u>户外Idea</u> ，马上可以成为主播与观众互动

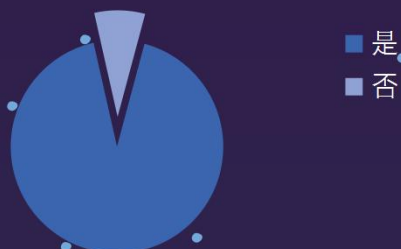
# 3.产品用户调研与需求转化

## 调查报告

注：以下数据为对人数最多的年龄段的调查结果



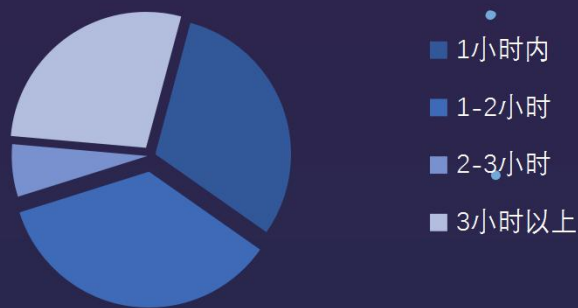
1.收看直播年龄



2.收看直播与否

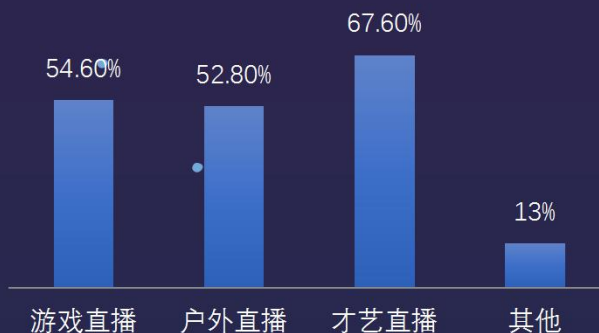


3.收看直播的情况



4.收看直播的时长

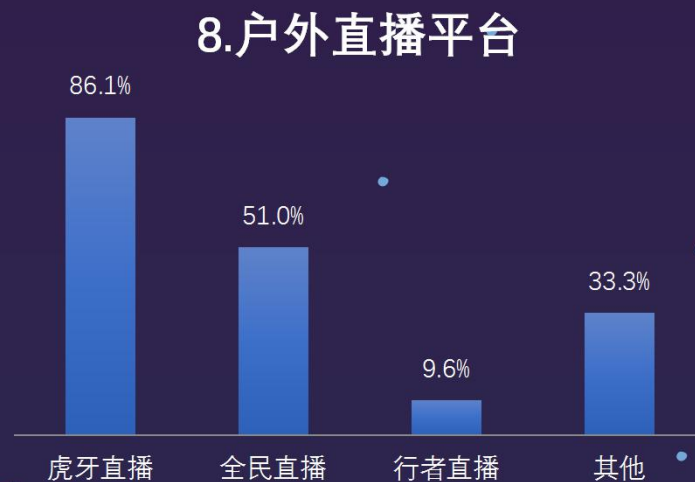
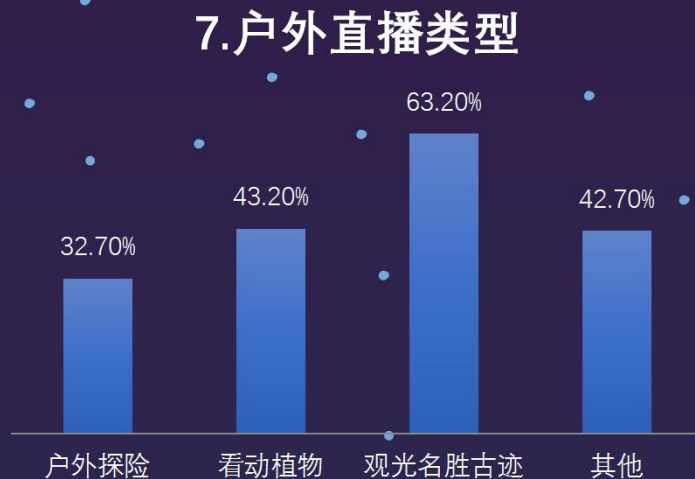
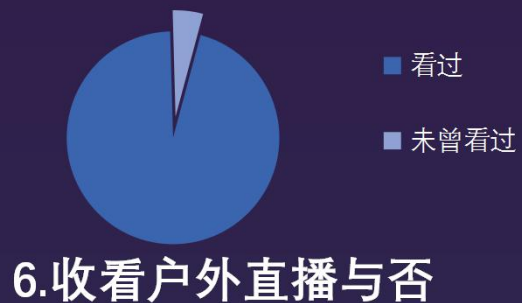
5.观看直播类型



小论：可以看出，被调查者半数以上都是在无聊找趣的时候，选择自己喜欢的直播去看，而且都会花一到两小时去看；其中半数都爱看户外直播。

# 产品用户调研与需求转化

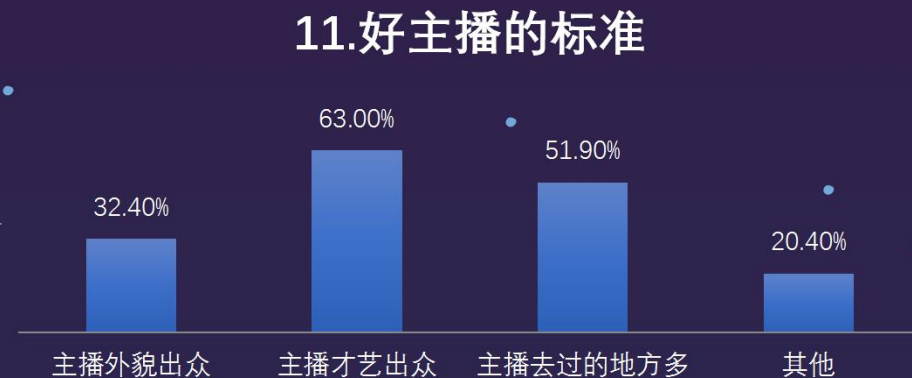
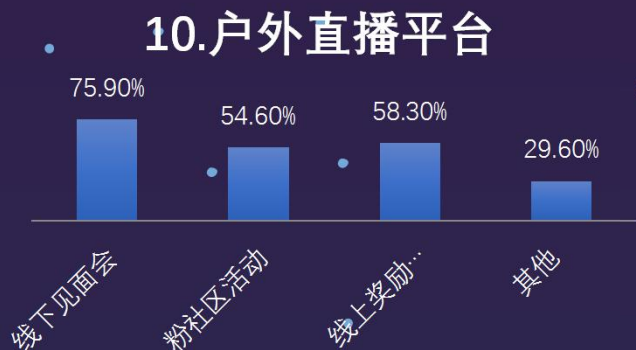
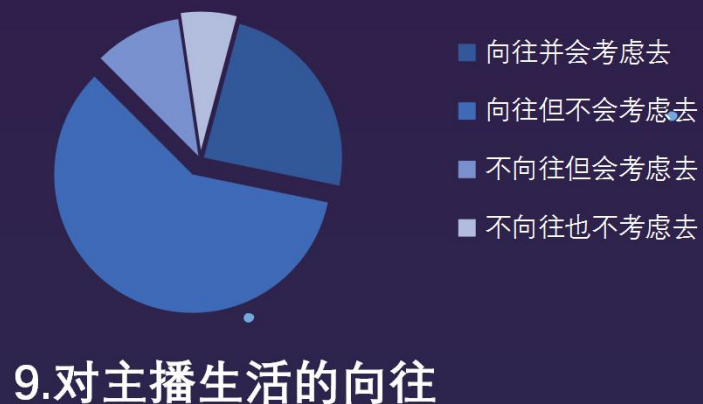
调查报告



小论：可以看出，大部分被调查者都了解户外直播，对一些节目内容有兴趣，并有自己的见解。

# 产品用户调研与需求转化

## 调查报告



总结：通过此次调查问卷，我们知道，挺大一部分人都喜欢看户外直播，并且都向往着像户外主播那样与大自然亲近的生活。他们也愿意与户外主播互动，不仅仅是隔着屏幕，而是真真实实地面对面，相互学习与交谈，这就意味着我们产品有着一定的市场需求，去开创更多热爱户外直播的观众与主播之间全新而有趣的互动方式。



# 调查报告分析

## 直播产品特色的说明

根据调查报告，我们细致地为产品的特色作出以下总结：

- ①直播分类除了户外类，也会包括竞技类、才艺类等其他分类；
- ②对户外直播类，我们将继续细分为观光类、观物类以及探险类等；
- ③同时，我们也将根据户外主播提供的在外旅游资讯实时公布在主播介绍栏里；
- ④另外，我们将创建一个官方栏目，对户外直播、户外活动等娱乐资讯进行说明。

## 直播互动方式的说明

根据调查报告，我们细致地为直播互动方式作出以下总结：

- ①除了一般的在线充值、免费领奖送礼物的互动方式外，此软件可通过计步器功能将步数作为积分，让用户进行抽奖，更有机会获得免费的旅游大奖，而一般抽得的奖励将可以为心仪的主播充能，当主播的能量达到一定数量后，主播的空间将会出现与众不同的特效，能让用户和主播在直播过程收获有趣的体验；
- ②此APP也将增设主播粉丝社区，让主播与粉丝在社区里分享有趣的事，更可以方便快捷地组织主播的粉丝见面会；
- ③另外，官方也将多次举办主播才艺比赛，粉丝可以投稿有才华的主播有趣的直播视频，我们将组织大众评审，对获奖的主播以及投稿的粉丝进行奖励。

# 焦点小组调研报告和总结

我们小组同时也通过焦点小组的调研方式，去深入分析户外直播产品的定位.....

焦点小组调研报告和总结	
调研时间	2016 年 10 月 28 日
调研对象	<u>宅家，看直播的人</u>
调研目的	通过调研了解宅家观看直播的群体平时关注直播的内容，了解用户群体对直播需求的内容以及直播中的缺失分析。加深对直播平台设计的难点和原则的了解，获得更多关于平台搭建机制的设计理念和设计思路，开始自己的设计之前，我们分组进行了焦点小组讨论，希望能通过这次小组讨论，我们能更准确地定位自己的产品。
焦点小组讨论 议题	直播平台的构想正是目前比较火的一类产品，但我们想做的比较不一样，更偏重于户外的直播，所以我们主持更多的是把小组的议题引向对户外直播的关注，亮点和不足点。

# 焦点小组调研报告和总结

我们小组同时也通过焦点小组的调研方式，去深入分析户外直播产品的定位.....

焦点小组讨论过程	<p>在主持抛砖引玉对于直播平台的观看频率，熟悉每个人的个性后，小组人员有一个自由讨论环节，每个人都在分享自己的观看直播的经历，还有一些甚至想自己也变成主播，而更多的则是表达想要跟主播有更多的交流，平台提供的活动远远不够，如果跟户外直播直接见面，又面临到安全问题以及财产问题，所以希望平台可以提供这些机制去保障用户群体。</p> <p>当主持问到观看户外直播与室内的游戏直播等有什么不一样时，几乎所有人都表达说户外直播更能引起他们走出去，找有趣的事情去做，看看外面的世界，才知道其实除了虚拟，还有更有趣的世界就在眼前。</p>
访谈结束总结	<p>通过本次访谈，我们了解了其实户外直播不仅可以做到像室内直播一样娱乐打发时间，而且还有激发观看者走出去，获得户外技能的功能，但大部分的观看者觉得与主播间的互动远远不够，如果与主播贸然直接见面，安全保障这一块很难做到，所以我们更坚定去做好户外直播平台，加入更多观众对直播间的户外运动贡献，并且期间还有比拼，活动的融入，做到健康直播，鼓励用户人群走出去，爱户外，爱分享。</p>

# 焦点小组调研分析

## 调研分析

- ① 观众中有的想当主播，而更多的是希望能与主播有更多的互动——主播互动方面需要加强；
- ② 观众担心户外主播粉丝见面会的安全与财产保障——线下活动安全需要考虑官方去组织管理；
- ③ 相比游戏竞技类节目，户外节目更能吸引人走出家门——扩大户外直播节目的优势。



# 用户角色设计



姓名：阿南

年龄：21

广工在校学生

籍贯：广东

个人描述：来自广东的阿南同学，父母长期在外打工，这让阿南同学常常宅家独居，后来习惯了宅生活，也沉迷于网络。随着直播的兴起，阿南也开始留意直播平台。他在直播平台上时常看游戏类节目，偶尔看一下其他有趣的节目，一天的生活就是沉浸在网络中度过，很少出门。有时，当看到一些户外节目时，也有点羡慕主播们结伴同游的生活，但想到离开家都不知道干什么，就还是选择了宅。

用户见解：1、人们经常使用直播平台；  
2、用户对于户外直播平台并不感冒；

用户期望：希望户外直播平台以草根群主为主，能促进人们对于户外的向往，走出室外，走进户外。

发现问题：1、不能有效的吸引观众看户外直播；  
2、没有有效的机制去促进主播进行直播；

交流观点：对于鼓励大家多走出家门，到户外活动的想法，人们是支持的；  
对于如何吸引观众观看直播的问题，人们希望有竞猜和奖励机制；  
对于如何提高观众对户外直播的兴趣，人们希望是多互动并且内容是丰富的；

探讨方法：①多类型直播，不局限于户外直播；  
②设计各种竞猜与奖励机制；  
③主播与观众的互动除了送礼物外，还有计步抽奖、粉丝社区、才艺竞赛等；  
④户外直播的内容将细分更多类型，如观光类、观物类以及探险类等。

# 需求分析

## 用户需求分析

需求编号	所属模块	实现难度	需求描述	优先级	用户意愿
1	观众对平台 认知需求	易	增加 <u>直播类型</u> 并仔细分类	A	很喜欢
2		易	创建 <u>官方栏目</u> 对咨询做出说明	A	一般
3		易	增加主播所旅游过的地方并 <u>简述经历</u>	A	喜欢
4	观众互动需求	中等	用 <u>计步器</u> 进行积分，对用户进行奖励	B	很喜欢
5		难	恰当管理主播与粉丝的 <u>线下活动</u>	C	喜欢
6	观众主动性需求	中等	让普通用户能 <u>申请当主播</u>	B	喜欢
7	资料管理需求	中等	对主播和用户的 <u>个人资料</u> 进行私密处理	A	很喜欢



# 功能转换

用户需求		功能转换
观众对平台认知需求	直播类型管理	直播分类
	直播资料管理	热门直播
	主播资料管理	主播经历
观众互动需求	计步奖励	奖励系统
	用户交流互动	活动社区
观众主动性需求	申请主播	我要当主播
资料管理需求	个人隐私管理	安全权限隐私

# 4.产品设计

## 产品定位形成与分析报告

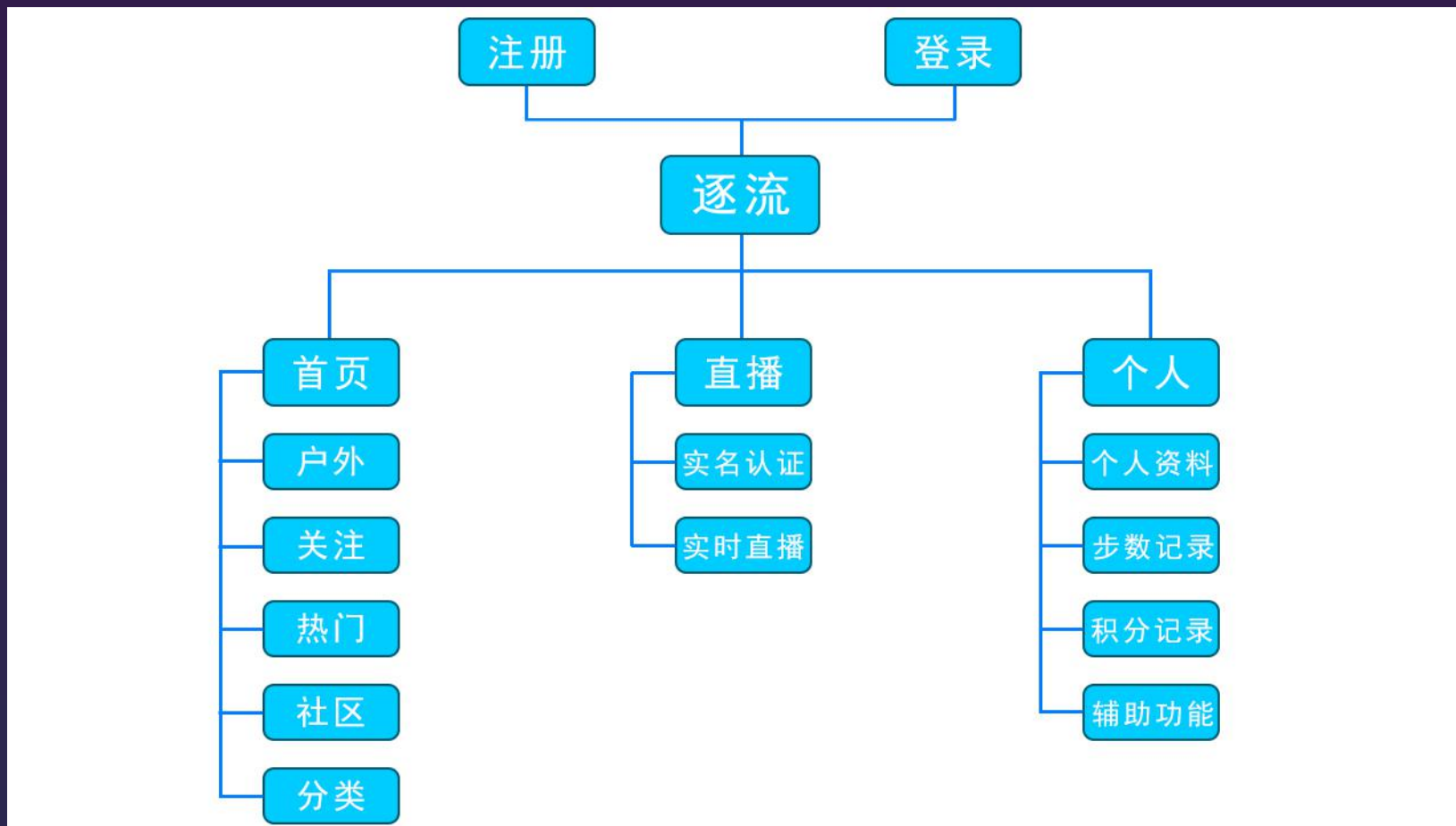
### 产品定位：主户外，强互动

目前移动直播，在内容上还较为欠缺，如何改变主播们主要就是在家，直播聊聊天，吃饭，打游戏，睡觉等较为无聊的直播内容，才是吸引用户持续关注的突破口。所以，我们产品主打户外直播的口号，打破常规直播模式，促动全民走出家门，走到户外，体验更健康、更有人文气息的生活，让人们用行走代替宅，用直播分享爱；而如何促使观众走到户外，产品的互动则会通过丰富的形式作为驱动力。

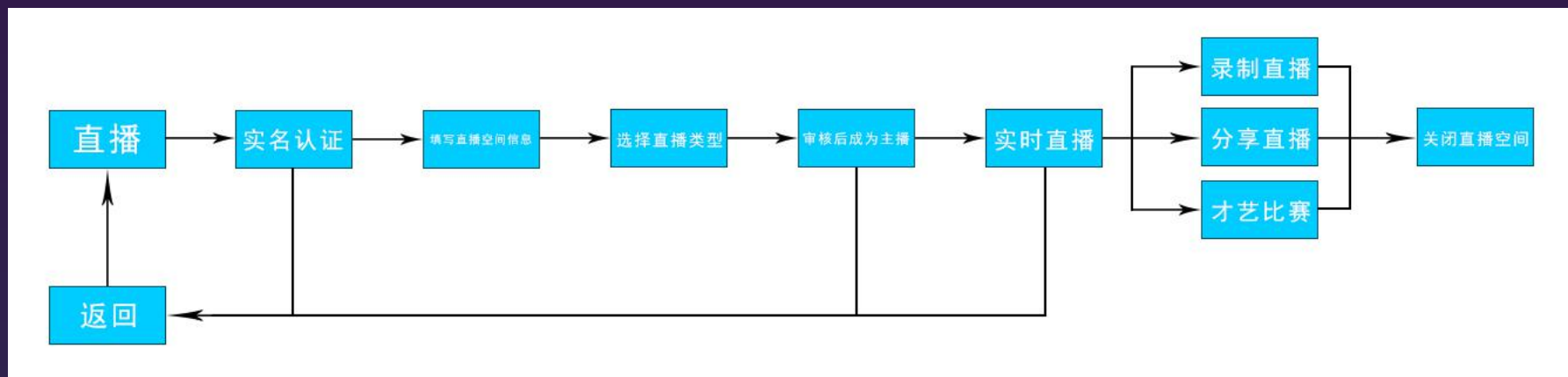


(直播全家福)

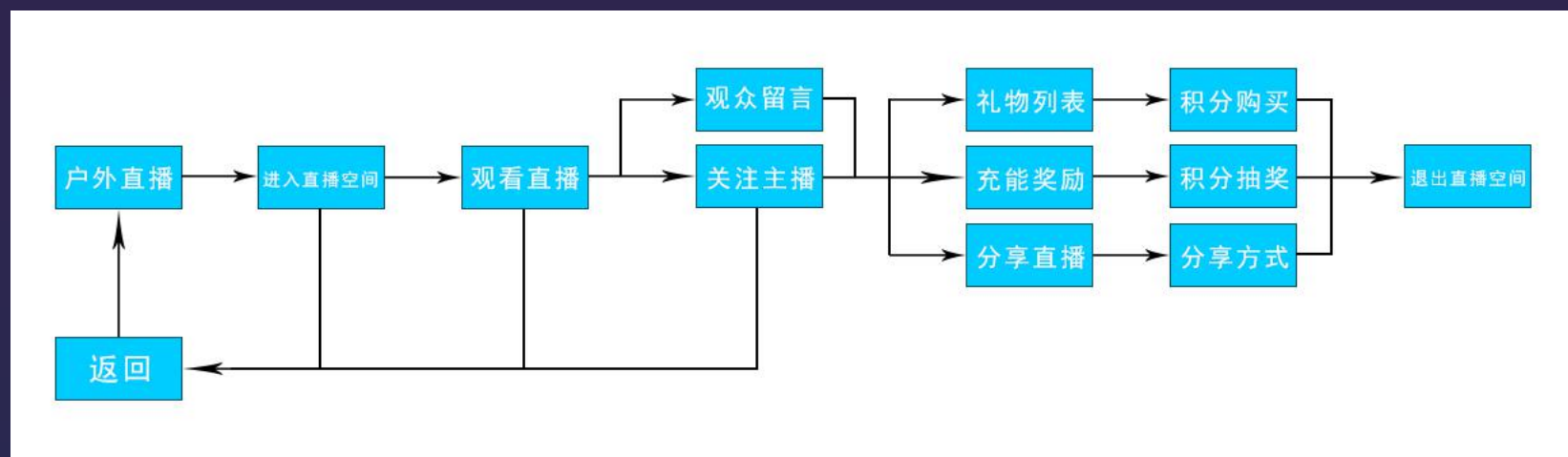
# 产品地图



# 任务逻辑流程图

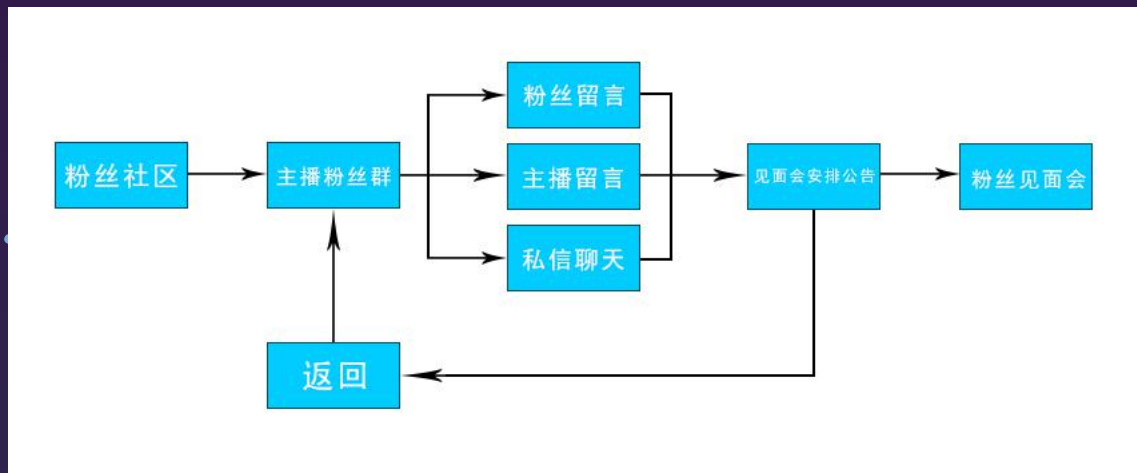


任务流程图1. 成为主播

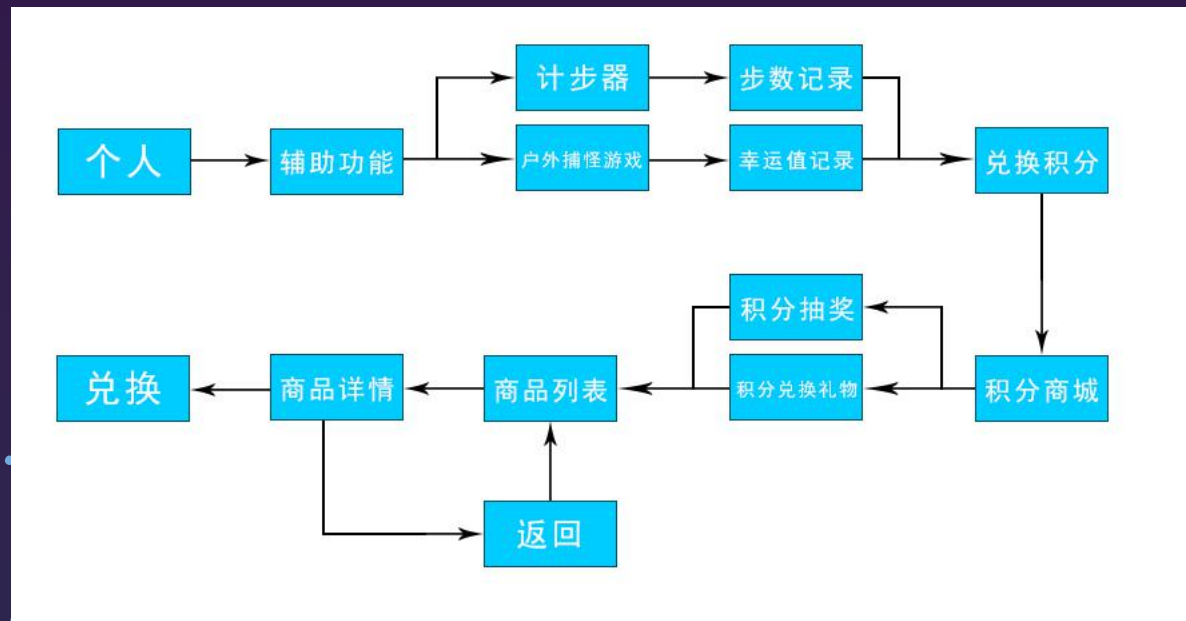


任务流程图2. 观看直播

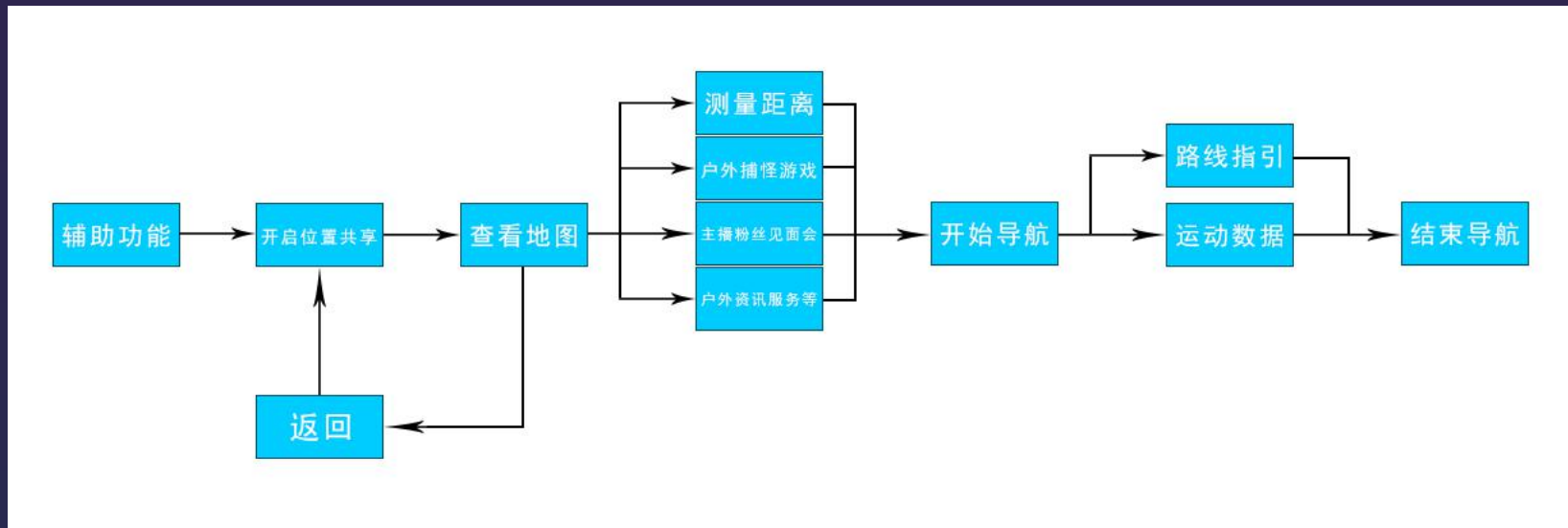
# 任务逻辑流程图



任务流程图3. 粉丝社区

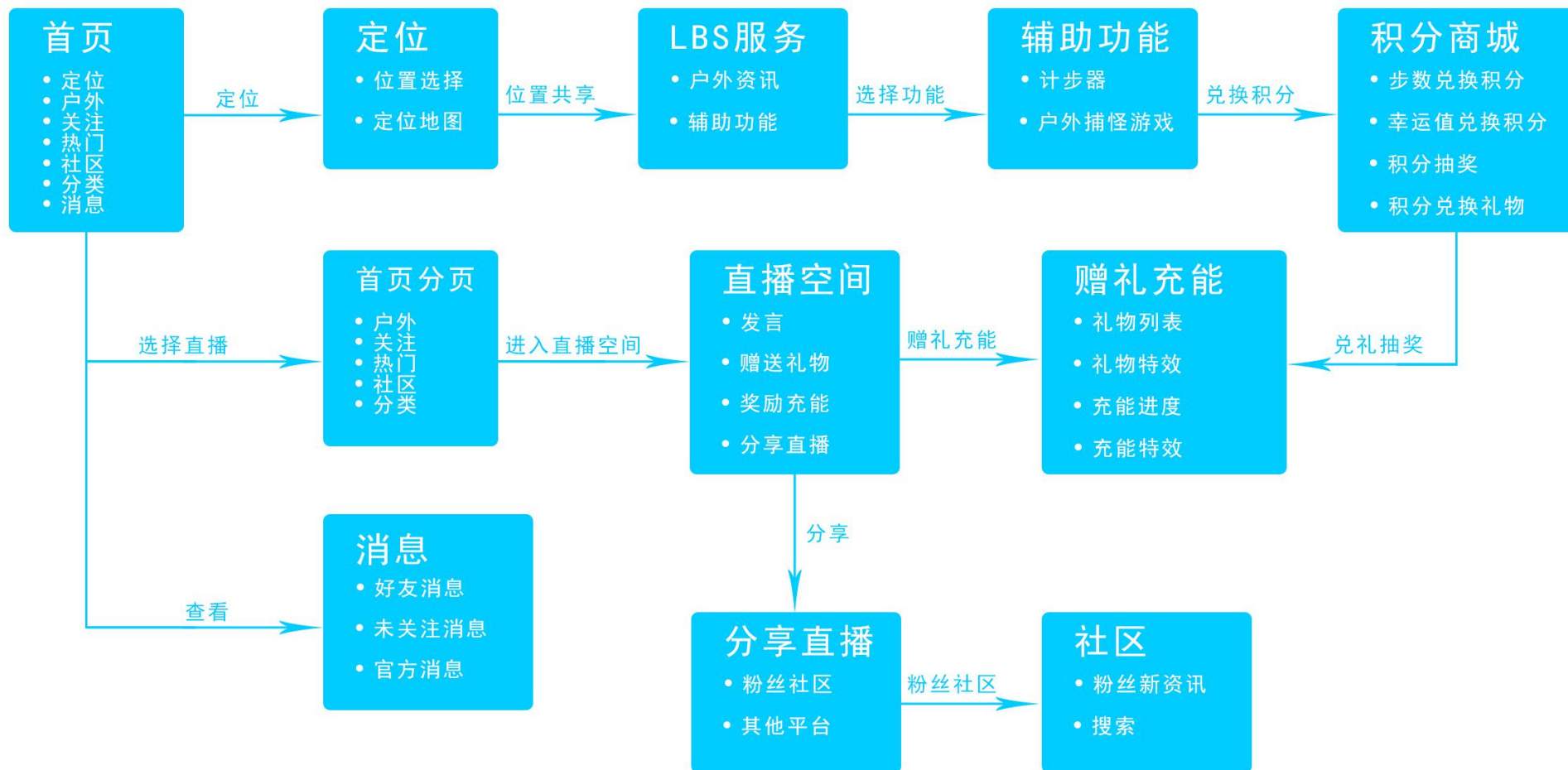


任务流程图4. 兑换积分



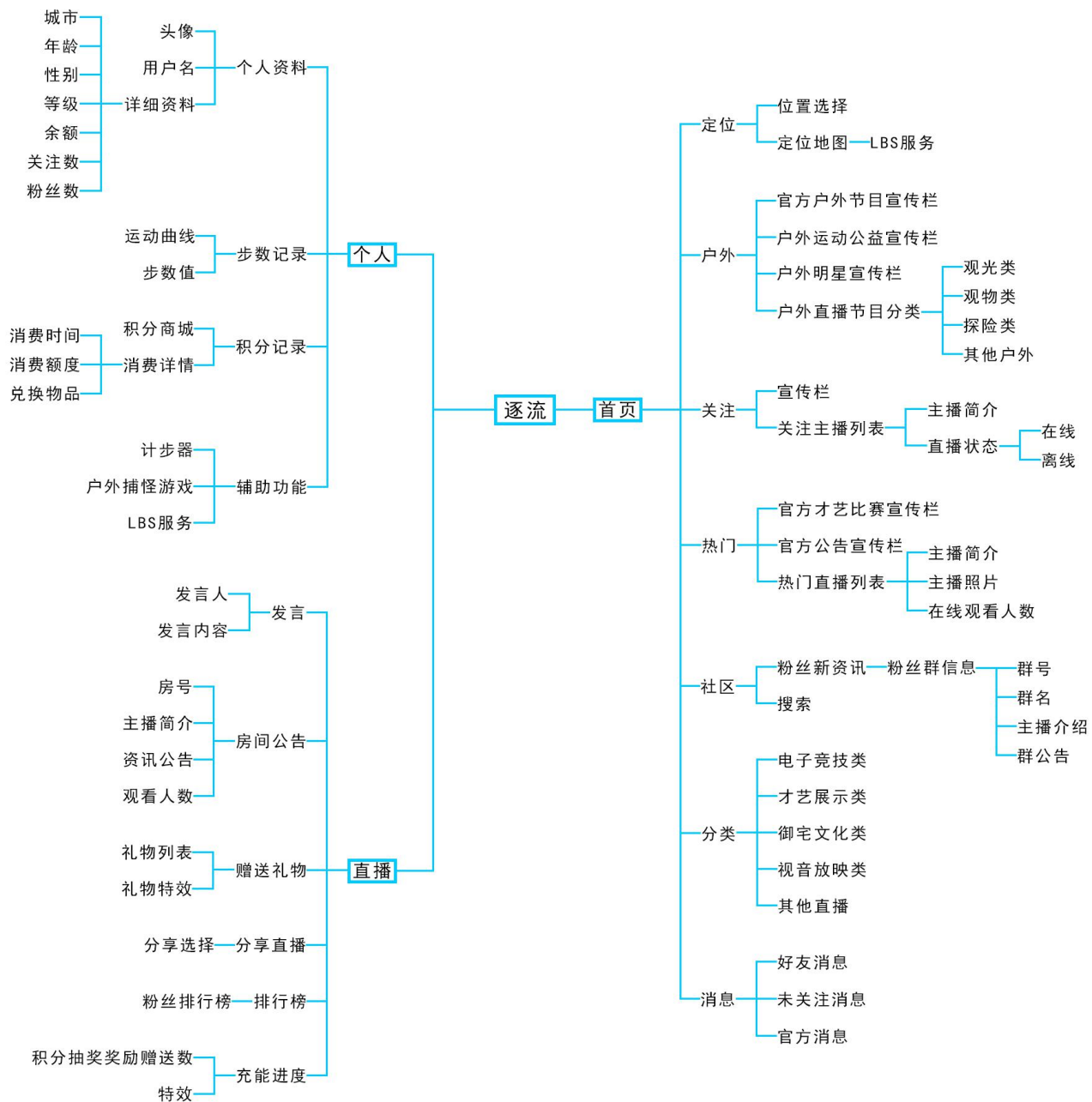
任务流程图5. 户外互动

# 页面抽象视图





# 信息架构图



# 风格与界面设计

## 风格选择与设计思路

1. 直播平台的用户特点：手机直播APP面向的用户比较单一，以年轻人为主，所以APP界面以及动态效果越炫彩越好，比如分类栏、宣传栏用多彩的色调搭配，页面的跳转采用炫酷的切换效果等；

2. **用户行为特点**：用户使用手机的时间较长，而且**期望能获取更多的信息量**，所以，直播APP的功能应用要很多，展示的**信息量要足**，让用户时时刻刻都能获取他们想得到的资讯。



## Material Design 风格

# 界面设计

部分成品界面展示

定位功能：实时位置定位

宣传栏：官方节目活动宣传

运动曲线

粉丝排行榜

此框内容可滑动隐藏

充能进度

发言板

房间消息

礼物展示

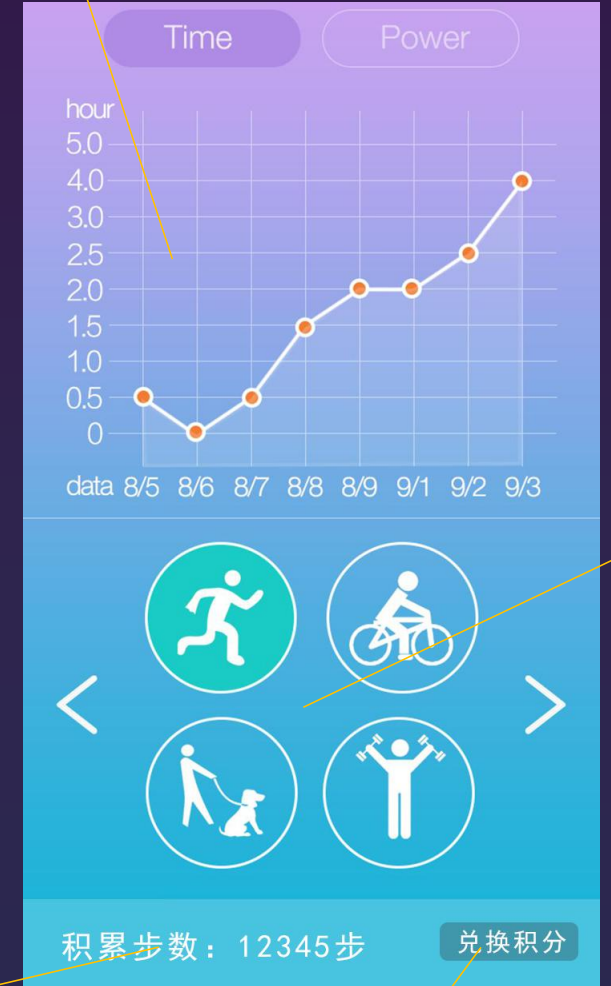
分享按钮

户外直播分类

实时更新步数变化

一键兑换，让步数更具实用价值

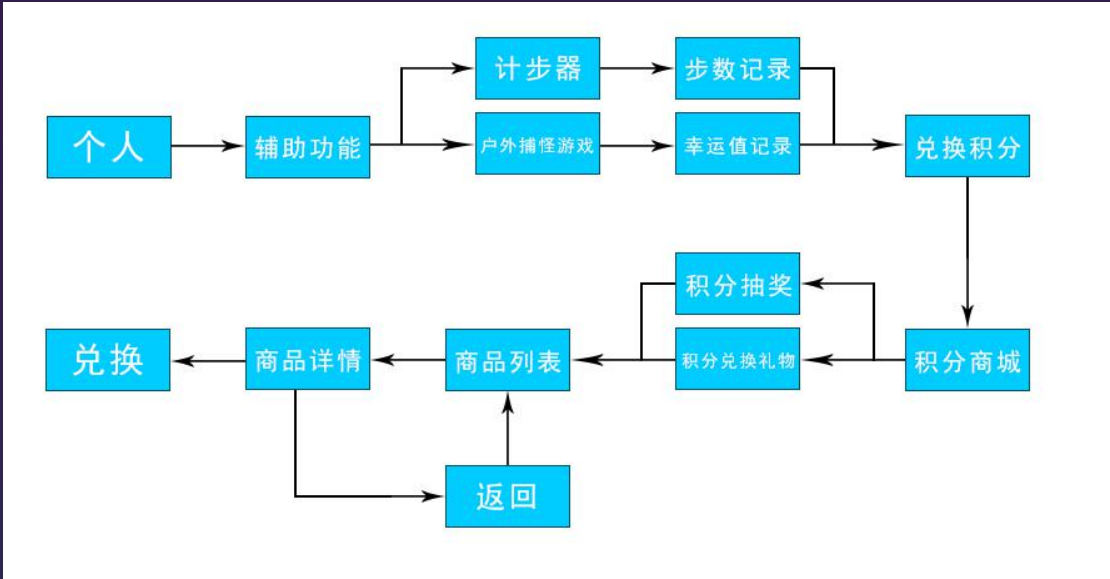
更换运动状态，让户外活动更多样化





# 产品积分奖励需求的操作流程

用图更形象化展示产品功能的实现



积分兑换物品任务逻辑流程图



② 积累步数



③ 积分商城使用积分



① 开启定位功能

# 5.总结与展望

## 报告总结

### 总结

互联网传播信息从文字媒体向读图时代的转变，再从读图时代向视听时代的转变，我们能看到，视频化逐渐成为一种媒体趋势。随着移动互联网速度的提升，在移动应用端也滋生了像秒拍、小咖秀等新近火爆的手机应用。网络视频直播凭借其快速、分享、集中的社交本质，已经成为移动互联网时代的主流载体，越来越多的人涌向直播平台，享受着直播带来的乐趣。



# 总结与展望

## 报告总结

### 软硬件技术的发展

- 1、**采集编码管理**：对现场视频信号（如摄像机）、电视信号（如电视节目）等进行实时采集编码成标准流式数据（如WMV、FLV）支持直播或录播应用。系统支持多码流、多格式数据的编码管理。
- 2、**直播录播管理**：实现对直播信号源的自动化采集、上传、存储和发布功能，支持多路电视节目的直播录播及节目的分段存储等。直播时的节目可以自动录制、上传、发布、发布后的内容直接上传到VOD服务供点播应用。
- 3、**虚拟直播**：利用已有的电视信源、视频节目库、广告库等自由创建任意多虚拟网络电视频道，支持实现文件虚拟直播、文件与实时采集信号的混合直播等。
- 4、**VR直播**：利用VR视频采集设备，使用直播技术，将信号编码，传递，参加直播的人，只需连上网络，使用一台VR播放器，即可实现入场，与大家零距离接触。
- 5、**广告插播**：可实现广告与流式媒体无缝衔接，提供多样化的广告插入功能，包括定时插入广告、文字广告、动画广告等多种方式。





# 总结与展望

## 报告总结

### 直播平台的兴起

1、**技术加持**：智能手机的大面积覆盖，手机的性能大幅度提高，这就意味着每个人手里都有了一台摄像机。随着4G和 Wifi的普及，直播需要的带宽条件已经具备。

2、**内容丰富**：目前直播的门槛低，人人都可以成为主持人，人们自我展示的欲望被激发。由于人群各异，产生各种直播细分种类，能够满足长尾的用户娱乐需求。直播的形式互动性强，内容不确定性强，这点能够提高平台的用户粘性和访问时长。

3、**泛生活“直播+”**：现阶段，直播向“直播+”演进，直播进入更多细分垂直行业；社群经济：各行业可以与直播结合，用户进行互动，增加用户黏性；移动直播：直播更加便捷，全场景直播；商业模式：不止是虚拟道具，其他互联网商业模式均可嫁接。

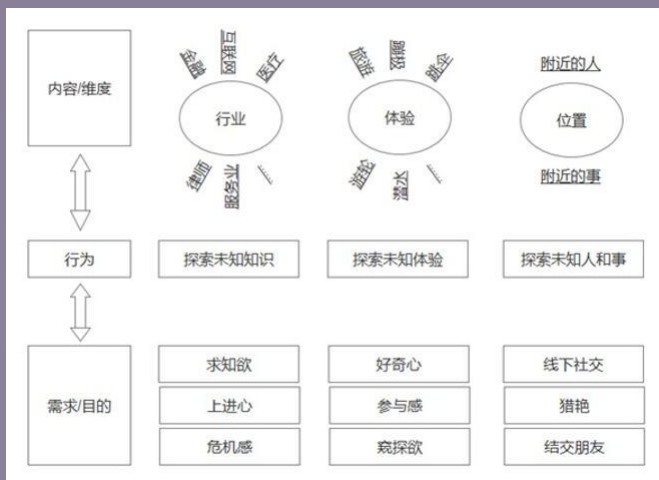
4、**VR+直播**：时空穿梭机，直播的终极状态，VR直播无可比拟的沉浸感使得观众瞬间穿越时空，进入他人的角色。虽然目前技术条件不够成熟，体验还不完美，但趋势已经明朗，这就是直播的终极状态。



# 总结与展望

## 报告总结

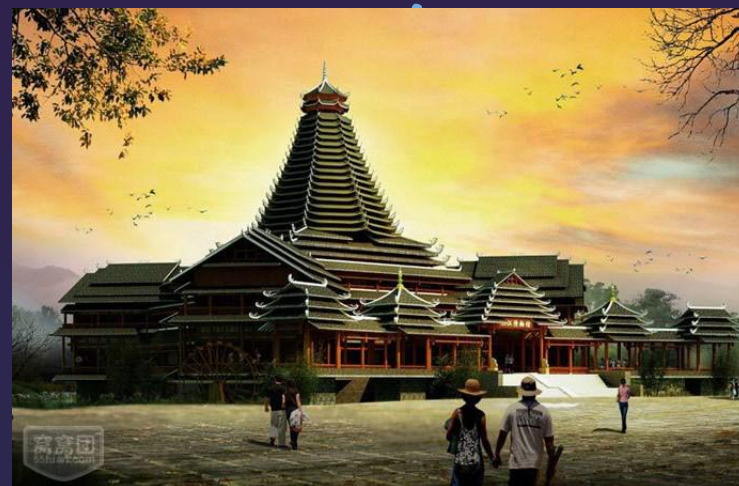
### 直播平台行业的未来创新点



从左图可以看出，在内容上，增加了行业、体验和位三大分类，对于不同分类满足了用户不同的需求、目的。当内容扩展到这三大分类，其目标用户群体将得到大程度的扩充，大学生、职新人、行业达人等等均可成平台用户。

为了便于理解，我们可以从下往上推理，作为人这类物种，其需求或欲望林林种种，但从直播平台这类产品考虑，其可满足的需求有：求知欲、好奇心、参与感、社交、被爱、窥探等等。

为了促使内容生产者和内容消费者两者间的良性互动和迅猛增长，在内容选取上，可先从某几个普通大众最感兴趣的行业和领域切入，比如可从娱乐圈、金融投资、互联、购物、兴趣技能、教育等行业和海外旅游等体验场景切入，当在这些行业和领域积累了大量观众后，便可迅速在其他行业和领域进行复制。



The background is a dark blue gradient with numerous small white dots representing stars. Several white streaks with soft, greyish-blue gradients and circular heads are scattered across the frame, resembling shooting stars or comet tails. The text is centered in the middle of the image.

谢谢观看!

Thank you

# 疑惑说明

## ①你们的直播平台与其他平台有什么区别？亮点在哪里？

答：内容方面——注重户外节目，增加更多户外节目内容；功能方面——LBS服务和计步器功能，为户外用户提供更多便利的辅助工具；互动方面——主播粉丝社区以及计步器、AR等小应用互动奖励机制。亮点：主户外，强互动。

## ②计步器、LBS、AR技术怎么实现？

答：计步器原理——通过重力加速计感应，重力变化的方向、大小。与正常走路或跑步时的重力变化比对，达到一定相似度时认为是在走路或跑步。通过代码进行二次波峰监测，同时只要手机有重力感应器就能实现。LBS原理——基于位置的服务，通过电信、移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式(如GPS)获取移动终端用户的位置信息(地理坐标，或大地坐标)，在GIS平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。AR原理——实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像、视频、3D模型的技术。

## ③你们平台为什么能够吸引年轻人？

答：我们直播平台不仅有传统的互动方式，而且还将加入AR、计步器等新兴的技术与互动功能，可以吸引喜欢新鲜事物的年轻人去尝试新型的直播互动玩法。

## ④你们平台对主播有什么门槛和要求吗？

答：我们平台将进行主播分级制度，普通等级只需实名认证以及申请审核便可成为主播。另外，我们尝试跟新浪和腾讯微博合作，将他们平台认证的大V旅游爱好者、明星用户经授权后，可直接成为我们平台的高级主播，形成主播的跨平台优势。而普通主播也可以通过提交获奖、职业证或机构认证等证明，申请成为高级主播。